

ВИСОКІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІА-ДИСКУРСУ

Національний авіаційний університет

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ролі високих технологій у процесах трансформації медіа-дискурсу. Виявляються позитивні й негативні наслідки впровадження сучасних технологій, і зокрема інформаційно-комунікаційних, у діяльність засобів масової інформації та особливості впливу останніх на суспільну та індивідуальну свідомість.

Ключові слова: медіа-дискурс, високі технології, інформаційно-комунікаційні технології, комунікація, засоби масової інформації, Інтернет-видання, масова свідомість, індивідуальна свідомість.

Вступ

Термін «дискурс» міцно ввійшов до сучасного лексикону не лише в науковий обіг, але й у сферу всіх соціальних практик. І це трапилось не випадково, адже, запроваджений уперше в лінгвістиці, він набув поширення завдяки зростанню ролі комунікації в сучасному соціумі. Як відомо, філософське осмислення дискурсу здійснив М. Фуко, для якого «дискурс – це тонка контактуюча поверхня, яка зближує мову й реальність, змішує лексику та досвід» [1, с. 49]. Отже, у нього йдеться не лише про текст і мову, якою він написаний, а й про саму практику комунікації у відповідному середовищі.

У Ю. Хабермаса дискурс ґрунтується на певних правилах, які «мають нормативний зміст; вони нейтралізують владний дисбаланс і піклуються про дотримання однакових можливостей для здійснення власних інтересів кожного учасника» [2, с. 113]. У цьому зв'язку він розглядає ідею комунікативної раціональності, яка полягає в тому, що правила мовленнєвої дії можуть стати темою розмови, дискусії, одним словом, дискурсу. Дискурс у Ю. Хабермаса – це більше, ніж свободна розмова, в якій співбесідники не думають про дотримання правил мовленнєвої комунікації. Дискурс – це діалог, що ведеться за допомогою аргументів, які дозволяють виявити загально значиме, нормативне у висловлюваннях. Але якщо нормативність висловлювань виявлена, то тим самим задана і нормативність вчинків. Дискурс забезпечує комунікативну компетентність, яка поза дискурсом відсутня.

Сучасне суспільство є не лише «постмодерним», «інформаційним», «постіндустріальним», «постсучасним», «суспільством знань» тощо, а в першу чергу – «суспільством комунікації». Саме під таким кутом зору його досліджує Дж. Ваттімо у праці «Прозоре суспільство». Він стверджує, що: а) в народженні суспільства постмодерну вирішальна роль належить мас-медіа; б) мас-медіа характеризують це суспільство не як суспільство більш «прозоре», яке більше усвідомлює себе, більш «освічене», але як суспільство більш складне, навіть хаотичне [3, с. 11]. Мені імпонує така характеристика не лише сучасного соціуму, але й висловлена Дж. Ваттімо думка стосовно ролі засобів масової комунікації (не *інформації*, а саме *комунікації*) в постмодерному соціумі.

Але треба ще зупинитись окремо на змісті поняття «високі технології». Ним у сучасній науковій і філософській літературі позначають біо-, нано-, когнітивні, інформаційно-комунікаційні й інші технології, які знаменують новий етап у ході сучасної науково-технічної революції, що веде до глобальних

трансформацій у всіх сферах суспільного життя у всепланетарному масштабі. Серед них найвагоміша роль відводиться саме цифровим технологіям. Оскільки вони відіграють вирішальну роль у трансформації сучасних мас-медіа, детальніше зупинюсь саме на їхньому впливі на трансформації медіа-дискурсу.

Постановка завдання

Виходячи із вище викладеного, **метою** даної статті є виявлення позитивних і негативних наслідків застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у медійних засобах та особливостей трансформації медіа-дискурсу в умовах інформатизації суспільства.

Основна частина

Викладена вище вступна частина дозволяє тепер перейти до аналізу сучасного суспільного дискурсу саме як медіа-дискурсу, оскільки засоби масової комунікації виступають нині не стільки посередником, скільки організатором, медіатором суспільної комунікації. Це стало можливим, коли провідну роль у розвитку світового соціуму почали відігравати високі технології, які пронизали собою не тільки галузі науки і техніки, а й сфери виробництва, побуту, дозвілля тощо. І не в останню (а можливо й у першу) чергу їхніми досягненнями скористалися саме медійні магнати: власники великих теле-, радіо-мереж, газет і журналів, а також Інтернет-видань. Ю. Хабермас писав про це ще з кінця 60-х років минулого століття, аналізуючи соціально-політичну ситуацію в низці країн Західної Європи. Він передбачав, що пізній капіталізм «шляхом деполітизації основної маси населення змушений буде прививати себе від проблематизації своєї глибинної технократичної ідеології, а саме в системі *керованої за допомогою засобів масової інформації громадськості*» (виділено мною. – Л.Д.) [4, с. 112-113].

Високі технології дозволяють персоналізувати продукцію мас-медіа, коли кожен її споживач вважає, що відповідна реклама, послуга чи товар призначені особисто йому, а не всім. Як зазначають В.І. Онопрієнко і М.В. Онопрієнко, «це не товар або послуга самі по собі, а результат комунікативної дії, що виражається в створенні унікального і привабливого образу об'єкта вжитку. Бренди все частіше і управляються свідомо, Створюваний образ має бути точно прорахованим, спланованим, його поява в мозку споживача має бути прогнозованим результатом багаторівневої дії» [5, с. 419-420]. Е. Тоффлер прогнозував, що високі технології сприятимуть демасифікації, децентралізації й фрагментації виробництва. Та ці процеси у ХХІ столітті стали притаманними

не лише виробництву і споживанню товарів повсякденного вжитку, але й теле-, радіо-, кіно-, Інтернет-продукції. Щоправда, Е. Тоффлер писав і про демасифікацію засобів масової інформації, але мав на увазі позитивний бік цього процесу, вважаючи, що монополісти у сфері ЗМІ отримають поразку через появу величезної кількості міні-журналів, значної кількості радіостанцій, які орієнтуються на свого слухача, а кабельне телебачення (у 70-ті роки ХХ ст. – Л.Д.) розділить масову аудиторію на множини міні-аудиторій [6, с. 269-272]. У ті роки він не міг передбачити, що за допомогою високих технологій виникнуть нові форми монополізації засобів масової інформації. Більше того, на сучасному етапі цивілізаційного розвитку людства високі технології застосовуються для «проектування соціальної дійсності, через що перебіг соціальних процесів стає ускладненим не лише для контролю, а й для розуміння на рівні масової свідомості» [7, с. 37]. У цьому контексті важливо відмітити, що саме через сучасні мас-медіа, їхню продукцію найбільшою мірою й відбувається маніпулювання як індивідуальною, так і масовою свідомістю.

Схожу тезу обстоює Дж. Ваттімо, зазначаючи, що нині «в суспільстві *мас-медіа* замість ідеалу свободи, побудованого за моделлю самосвідомості, яка б себе цілком пояснила, замість повного ознайомлення суб'єкта про те, яким усе є насправді..., – в тому суспільстві поступово здійснюється ідеал свободи, заснований скоріше на коливанні, множинності і, в кінцевому підсумку, ерозії самого «принципу реальності» [3, с. 14]. Отже, йдеться про розмивання за допомогою сучасних засобів масової інформації самого принципу свободи, як він розумівся у класичній філософії.

Справедливою є думка Н.А. Ченбай, що «в інноваційному суспільстві ХХІ ст. інформаційні технології розглядаються як потужний засіб впливу на масову свідомість, а інноваційна техніка тлумачиться як «частина людини». Сьогодні існують різні технічні можливості маніпулювання свідомістю людини за їхньою допомогою» [8, с. 115]. Зокрема, всім відомі теледискусії, ток-шоу, реаліті-шоу, які стали звичним явищем у телеефірі. Дослідження сутності та соціальних наслідків зазначених феноменів, проведені у Німеччині, показали, що будь-яка форма комунікації на телебаченні є інсценованою для глядачів. Основні принципи інсценування визначають манеру вираження та форми взаємодії, а ключовими поняттями у цьому зв'язку є: «багатократна адресація», «триалогічність», «інтеракція», «парасоціальної взаємодія». А найактуальнішими проблемами, які виникають у процесі таких взаємодій, В. Кальмайєр називає: переважання розважальних програм, що веде в тому числі й до змішування жанрів; агресивні форми ведення діалогу; зображення повсякденного в ток-шоу з людьми, «як ти і я»; порушення меж приватної сфери, втрата сором'язливості [9, с. 607-609]. Такі проблеми притаманні не лише німецькому телебаченню, а й інших країн, зважаючи на наявність супутникового зв'язку і можливості переймати іноземний досвід. Вони, як відомо, притаманні й українському телеефіру.

Не можна не сказати й про негативний вплив інших медійних засобів, що використовують високі

технології. Зокрема, це стосується засобів Інтернет-комунікації, через які користувачі викладають сумнівного змісту селфі, фотографії й відео-ролики самогубств, знущання над підлітками своїх однолітків, знущання над тваринами, пожеж, убивств та інших злочинів, коли власники гаджетів замість виклику поліції чи «швидкої допомоги» починають фотографувати і знімати на камеру жахливі події. І все це заради збільшення кількості переглядів користувачами Інтернету і сумнівної уваги до себе. Віртуалізація життя посилює байдужість у суспільстві до трагедій і горя інших людей. Смерть і трагедія починають сприйматися як гра, а не реальність, особливо це стосується дітей і молоді. На жаль, це теж є негативним результатом упровадження високих технологій. Як справедливо зазначає В.І. Онопрієнко, високі технології, на відміну від інших видів технологій, мають активну культурогенну силу, тобто здатність суттєво впливати на культуру. «Трансформуючи соціокультурне середовище, новітні технології впливають на світогляд і світорозуміння сучасної людини, на притаманну їй систему сенсів, спосіб мислення, цінностей, норм та ідеалів, стереотипів і установок» [10, с. 29]. Використання високих технологій значно спрощує, як зазначалось вище, процес маніпулювання свідомістю суспільства й окремих людей, що веде до зниження (а то і втрати ними) здатності усвідомлено приймати особисті рішення.

Особливо це стосується прийняття рішень у політичній сфері, яка завжди була тісно пов'язана з діяльністю засобів масової інформації. Проте в умовах повсюдного використання технічних засобів, заснованих на цифрових технологіях, вплив мас-медіа на політичну сферу багатократно посилюється через зміну технологій роботи ЗМІ з масовою аудиторією. Домінуючими формами діяльності журналістів, і в першу чергу на телебаченні, стали інтерактивні, які вимагають від аудиторії швидкої відповіді на поставлені питання, майже без обмірковування. Головним для модераторів політичних шоу є наступальний характер ведення програм. Під таким натиском учасники таких шоу часто губляться у своїх відповідях і змушені давати відповіді, які нав'язуються ведучими. Адже телебачення, на відміну від друкованих засобів масової інформації, більшою мірою впливає на почуття й емоції глядачів чи безпосередніх учасників програм, ніж на їхнє мислення. М. Маклюєн справедливо писав: «Кожен переживає набагато більше, ніж розуміє. Разом із тим, не розуміння, а саме переживання впливає на поведінку, особливо в колективних матеріях засобів і технологій, де індивід майже невідворотно не усвідомлює того впливу, який вони на нього здійснюють» [11, с. 365]. Ці строки, як відомо, написані дослідником ще в 60-х роках минулого століття. А завдяки інформаційній революції рубежу ХХ і ХХІ століть телебачення стало ще агресивніше й рішучіше уторгуватися в життя людей і впливати на масову свідомість.

Цим і користуються сучасні як державні, так і приватні засоби масової інформації. Як слушно відмічає Л.А. Ороховська, до технік діяльності сучасних мас-медіа належать: спрощення чи вибірковість інформації, що ними подається аудиторії; за-

тримка подачі інформації про подію, яка вже відбулася; перенесення уваги з однієї події на іншу для маніпуляції свідомістю відповідної аудиторії тощо [12, с. 26]. Такі маніпулятивні дії з боку засобів масової інформації посилюють непрозорість як державної політики, так і різноманітних партій і рухів, які прагнуть приховати свої справжні цілі.

Суттєвим і майже повсякденним явищем сучасного суспільного життя стали так звані інформаційні війни, що ведуться перш за все через засоби масової інформації. Не можна говорити, що до комп'ютерної революції їх не було, але вони не мали такого впливу на медіа-дискурс. А в епоху формування інформаційного суспільства інформаційні війни, що ведуться як на міжнародній арені, так і всередині країн, дезінформують людей, впливають на трансформацію традиційних цінностей, вносять розлад не лише в суспільство загалом, але і в сімейні стосунки, що веде до руйнації соціальної структури. Людям нав'язуються оцінки подій, що відбуваються в різних регіонах земної кулі, під кутом зору відповідних політичних сил, і знову таки для маніпуляцій їхньою свідомістю. У них по суті відбирають право на власну оцінку цих подій, оскільки через міс-медіа, і в першу чергу телебачення, подаються відповідні фото- і відеоматеріали, достовірність яких глядачі перевірити не можуть. Лише з часом стає відомо, що в цих матеріалах демонструвалися зовсім інші події, а не ті, про які йшлося у відповідних репортажах.

Суттєвий вплив на трансформацію сучасного медіа-дискурсу чинять телевізійні ігри, які стали однією з інтерактивних форм телебачення. Як зазначає Н.Б. Кириллова, не лише безпосередні учасники цих ігор («Поле чудес», «Хто хоче стати мільйонером?», «Що? Де? Коли?» тощо), але й глядачі в студії і по той бік екрану перебувають у стані нервового напруження, прагнучи знайти правильні відповіді на поставлені запитання чи завдання [13, с. 312]. Телеігри набувають усе більшої популярності і переносяться з телеекрану у реальне життя: в учнівські й студентські аудиторії, різноманітні клуби тощо. Відбувається моделювання ситуацій, які певною мірою відтворюються потім у реальності. Причому наслідки такого перенесення бувають не такими вже й безневинними, особливо коли в реальне життя переносяться сюжети жорстоких теле- і відеоігор.

Звісно, людей сьогодні більше за все турбують негативні наслідки і проблеми, які породжує застосування високих технологій, про що йшлося вище. Проте поява нових технологій відповідає об'єктивним запитам суспільного поступу, які пов'язані з підвищенням соціальних стандартів життя людей. Це стосується й об'єктивних потреб наукової спільноти в швидкому отриманні новітньої наукової інформації. На такі запити теж спрямовуються сучасні цифрові технології, які дозволяють проводити міжнародні наукові on-line конференції, друкувати наукові праці й отримувати до них доступ широкій науковій громадськості в різних кутках земної кулі. Новою нормою у світовому масштабі стало розміщення наукових журналів у Всесвітній мережі, що підвищує вимоги до наукової продукції,

породжує боротьбу за рейтинг серед науковців і видавців наукових видань.

Показовим є приклад долучення таких видань до міжнародної бази даних Scopus, який наводить С.М. Ягодзінський в одній із статей. Дослідник пише, що приватне видавництво Elsevier поставило за мету розробити інформаційну структуру, яка б дозволила вченим усього світу отримати швидкий і надійний інструмент доступу до новітніх наукових розробок і результатів, якою і стала база Scopus. І тепер входження наукового журналу до цієї бази вважається ознакою якості матеріалів у ньому, а публікація в такому журналі є необхідною умовою визнання статусу дослідника як продуктивного вченого [14, с. 68]. Можна вважати, що тут теж виявляється провідна роль інформаційно-комунікаційних технологій у просуванні наукової продукції як на міжнародний ринок, так і у свободний доступ для широкого наукового загалу, а також для студентів і аспірантів.

Позитивним зрушенням у процесах трансформації сучасного медіа-дискурсу в Інтернеті є нелінійний характер організації інформації. Т.В. Юдіна слушно відмічає, що Інтернет-комунікація постає багатовимірним простором, у якому наявні багаторівневі відсилання, коли можна в процесі роботи з Інтернет-сторінкою піти вперед і повернутися назад. При цьому перехід від одного рівня інформації до іншого може стати досить тривалим процесом, який у багатьох випадках не передбачає завершення, оскільки в Мережі відбувається постійне оновлення даних і поповнення сторінки оперативною інформацією. Разом із тим, тут є можливим і зворотний зв'язок, коли користувач може зробити запит на певну інформацію, заповнивши відповідну форму, і отримати через електронну пошту відповідь [15, с. 655]. Це є свідченням демократизації комунікативних процесів у Мережі, в тому числі й при отриманні інформації з Інтернет-видань. Медіа-дискурс в Інтернеті набуває суттєво нової якості: тут користувач свідомо стає учасником діалогу і має можливість відтермінувати свою відповідь, обміркувати її, отримати додаткову інформацію, яка б дозволила обґрунтувати свою точку зору. Тобто учасник такого медіа-дискурсу може уникнути агресії з боку інших учасників, що сприяє більш толерантному спілкуванню користувачів, складаються певні групи за інтересами: «Відповідно в рамках електронної переписки по-новому вирішується проблема особистісного і безособового, точніше, позаособистісного, звертання через систему електронної пошти» [Там само]. З одного боку, тут наявна оперативність отримання потрібної інформації, не вступаючи в міжособистісну комунікацію, а з іншого, – є можливість перейти до інтерактивної форми Інтернет-спілкування.

Можна аналізувати й інші види впливу високих технологій на трансформацію медіа-дискурсу в умовах становлення інформаційного суспільства. Але важливим є те, що зупинити розвиток високих технологій неможливо, та й недоцільно, оскільки вони спрямовуються значною мірою, як зазначалося вище, на покращення стандартів суспільного життя. Проте завжди є й такі люди, які прагнуть отримати персональний зиск через використання новітніх технологій, маніпулюючи масовою свідомістю. «Ви-

никла можливість інформаційного, технологічного управління свідомістю – непомітного нав'язування певних поглядів шляхом поміщення людини в замкнуте інформаційне середовище. Активне спілкування з реальними людьми здається нецікавим порівняно з пасивним спостереженням за новинами або за пригодами героїв телесеріалів. Ті люди й ідеї стають популярними, які приковують увагу засобів масової інформації...» [16, с. 176]. У такий спосіб посилюються віртуалізація повсякденного життя людей, їхнє бажання проживати не власне, а чуже життя. Виникає новий тип суперечності, що пронизує приватне життя людей: з одного боку, люди прагнуть до все вищого рівня індивідуальної свободи у вирішенні власної долі, а з другого, – їх захоплює вир Інтернет-комунікації, в якому вони змушені підпорядковувати свої погляди і бажання тим, що відомі в Інтернет-просторі. Найвагоміше місце в ньому належить саме Інтернет-виданням, які нав'язують людям як інформацію, так і її оцінки. Мало кому з користувачів Мережі вдається не потрапити в уміло розставлені в ній тенета.

Висновки

Як показало проведене дослідження, в умовах становлення інформаційного суспільства відбуваються суттєві трансформації в медіа-дискурсі. Вони пов'язані зі змінами форм подачі інформації в засобах масової комунікації. Це вже не просто інформування людей про важливі події, а досить агресивне нав'язування слухачам, читачам, глядачам оцінок цих подій спеціально запрошеними для цього в радіо- чи телестудію людьми, які виражають інтереси цілком певних соціальних груп. Причому це стосується не лише політичного життя, але й інших соціальних практик: економіки, мистецтва, релігії, освіти тощо.

Важливу роль у сучасному медіа-дискурсі відіграють інтерактивні форми взаємодії ЗМІ з аудиторією. Ведучі радіо- і телепрограм оголошують, що нібито завданням відповідної програми є отримання і вивчення громадської думки з відповідної проблеми, а насправді через умілу організацію програми і постановочні сюжети учасників таких опитувань підводять до цілком очікуваних відповідей. Отже, думка виявляється не громадською, а підготовленою сценаристами-постановниками, а тому сучасний медійний простір перетворюється для пересічної людини на інформаційну клітку, з якої важко знайти вихід на свободу.

Проте найбільше трансформацій медіа-дискурс інформаційної доби зазнав з боку Інтернет-видань, у яких легко встановлюється зворотній зв'язок, що дозволяє користувачам швидко отримати відповіді на свої запитання. Але при цьому Інтернет-видання разом з інформацією виливають на користувачів потік реклами, яка в Мережі подається надзвичайно агресивно й нав'язливо, вимагаючи придбати ті чи інші товари або отримати ті чи інші послуги через Інтернет.

Можна говорити й про інші зміни, що відбуваються в медіа-просторі інформаційної доби, та головне тут полягає в трансформації суспільної й індивідуальної свідомості людей. Погоджусь із думкою росій-

ської дослідниці Н.В. Попкової, що в сучасних умовах «виникла можливість інформаційного, технологічного управління свідомістю – непомітного нав'язування певних поглядів шляхом поміщення людини в замкнуте інформаційне середовище» [Там само, с. 178]. Комп'ютеризація сучасних засобів комунікації веде не до звільнення індивідуальної свідомості від стандартів, а, навпаки, до пасивного споживання нав'язуваних теле- і радіоефіром нових міфів, породжених інформаційно-комп'ютерними технологіями, що посилює ірраціональний компонент суспільної свідомості. Відбувається руйнація моральних засад функціонування суспільства через деградацію людської особистості, яка прагне перш за все отримати матеріальне задоволення від життя, не прикладаючи власних зусиль. А індивідуальна свідомість все більше перетворюється на «кліпову» в процесі споживання образів «кліпової культури».

Список літератури

1. Фуко М. Археологія знання / М. Фуко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 210 с.
2. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2000. – 380 с.
3. Ваттимо Дж. Прозрачное общество / Джанни Ваттимо. – М. : Изд-во «Логос», 2002. – 128 с.
4. Хабермас. Ю. Техника и наука как «идеология» / Юрген Хабермас. – М. : Праксис, 2007. – 208 с.
5. Онопрієнко В.І., Історія, філософія, соціологія науки і технологій / В.І. Онопрієнко, М.В. Онопрієнко. – К. : ДП Інформ.-аналіт. агентство, 2014. – 447 с.
6. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – АСТ, 1999. – 784 с.
7. Ягодзінський С.М. Конвергенція інформаційних мереж як стратегічна соціокультурна інновація / С.М. Ягодзінський // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 1(23). – К. : НАУ, 2016. – С. 34-38.
8. Ченбай Н.А. Соціокультурний зміст інформаційно-комунікаційних технологій в інноваційному суспільстві / Н.А. Ченбай // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 2(20). – К. : НАУ, 2014. – С. 114-117.
9. Кальмайер Вернер. Использование различных видов диалога на телевидении (прагматический анализ немецких телепередач) / Вернер Кальмайер // Язык средств массовой информации. – М. : Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 607-609.
10. Онопрієнко В.І. Риски общества знаний и мегатехнологий / В.І. Онопрієнко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 1(21). – К. : НАУ, 2015. – С. 27-30.
11. Маклюэн М. Понимание медиа : Внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн. – М. : «Гиперборея»; «Кучково поле», 2007. – 464 с.
12. Ороховська Л.А. Особливості взаємодії мас-медіа і держави в інформаційному суспільстві / Л.А. Ороховська // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 2(24). – К. : НАУ, 2016. – С. 25-29.
13. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
14. Ягодзінський С.М. Інформаційний простір глобальних мереж: соціально-філософський аспект / С.М. Ягодзінський // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 2(16). – К. : НАУ, 2012. – С. 66-69.
15. Юдина Т.В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации / Т.В. Юдина // Язык средств массовой информации. – М. : Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 654-658.
16. Попкова Н.В. Философия техносферы / Наталья Владимировна Попкова. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 344 с.

Л.Г. Дротянко

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИА-ДИСКУРСА

Статья посвящена исследованию роли высоких технологий в процессах трансформации медиа-дискурса. Выявляются положительные и отрицательные последствия внедрения современных технологий, и в частности информационно-коммуникационных, в деятельность средств массовой информации и особенности влияния последних на общественное и индивидуальное сознание.

Ключевые слова: медиа-дискурс, высокие технологии, информационно-коммуникационные технологии, коммуникация, средства массовой информации, Интернет-издания, массовое сознание, индивидуальное сознание.

L. Drotianko

HIGH TECHNOLOGIES AS A WAY OF TRANSFORMATION OF MEDIA DISCOURSE

The article analyzes the role of high technologies in the processes of transformation of media discourse. The positive and negative consequences of the introduction of modern, in particular, information and communication technologies, in the activity of the media are revealed. The peculiarities of influence of these technologies on the social and individual consciousness are studied.

Keywords: media discourse, high technologies, information and communication technologies, communication, mass media, Internet publications, mass consciousness, individual consciousness.

УДК 330.1:113.155.9

Л.Г. Конотоп

РЕЛІГІЙНИЙ ДОСВІД: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Анотація. у статті розглядається психоаналіз як класичний, так і пост-класичний, в аспекті методології релігієзнавчих досліджень. Наголошується на розумінні релігії в психоаналітичній теорії як релігійного досвіду. Релігійний досвід є одним із головних понять у методологічних положеннях психоаналізу. Релігійний досвід розглядається як результат психічної діяльності людини, але не як належний до сфери трансцендентного; він виступає як потреба людини, як її захист від негараздів світу; як можливість досягнення внутрішньої гармонії.

Ключові слова: психоаналіз, методологія, людина, психіка, віра, релігія, релігійний досвід, культура, психотерапія, трансцендентне.

Актуальність теми

Сучасність демонструє наявність у гуманітарних науках, у тому числі й у релігієзнавстві, достатню кількість методологічних напрямів – марксизм, еволюціонізм, герменевтика, феноменологія, структуралізм, екологізм. Особливе місце в розробці методології релігієзнавства, на нашу думку, посідає психоаналіз. Цей напрям відрізняється не тільки певною гнучкістю у вирішенні багатьох наукових проблем, але й, при цьому, зберігає свою внутрішню цілісність. Універсальність ідей психоаналізу дозволила його прибічникам використовувати психоаналітичну методологію для досліджень у сфері філософії, релігії, культури, моралі, мистецтва. Необхідно зазначити, що психоаналітичні релігієзнавчі концепції є різноманітними – деякі з них містять у собі критику релігії у всіх її проявах та виявах; інші – спрямовані на можливість синтезу релігії з філософією, наукою загалом. Дійсно, впродовж усього періоду існування психоаналізу він пройшов значний шлях у своїх взаємовідносинах із релігією – від повного негативізму щодо релігії до визнання її значущості. Подібний шлях пройшла і релігія, що, наприклад, можна побачити і в сучасному католицизмі – Іоанн Павло II надає високої оцінки психоаналізу в праці «Особистість і вчинок» [1].

Ступінь розробленості проблеми

До проблем, які стосуються взаємовідносин психоаналізу з культурою і релігією, зверталися багато вчених. По-перше, важливими є праці, що присвячені дослідженню історичного становлення психоаналізу (Р. Автономова, С. Даулінг, С. Токарев та ін.). Сутність психоаналізу та головні характеристики його методу розглядали такі відомі

дослідники, як Дж. Айзенк, Е. Берн, Р. Велдер, Г. Веллс, Р. Перрон та ін.

По-друге, слід виділити праці, в яких аналізуються концепції видатних представників психоаналізу. Одним із перших починає досліджувати психоаналітичні концепції відомий російський філософ С. Франк. Важливі положення психоаналізу розглядали й такі вчені, як П. Бабен, О. Грюнбаум, Е. Джонс, А. Забіяко, Р. Осборн, Дж. Сандлер, Т. Сеттл та ін. Положення Е. Фромма і К.-Г. Юнга аналізувалися в працях С. Аверінцева, М. Гайда, П. Гуревича, Є. Мелетинського, Н. Фішбейна та ін. На жаль, менша увага приділена творчості таких видатних постатей, як А. Адлер, В. Франкл, К. Хорні.

Обґрунтування релігієзнавчих концепцій психоаналізу можна знайти в працях, що присвячені проблемі «несвідомого» (Ф. Бассін, В. Зінченко, М. Мамардашвілі, Д. Угринович). Такі відомі дослідники, як Н. Антонова, М. Афанасьєв, Ю. Богуславська, Р. Гарріс, Г. Гессе, А. Руткевич, досліджують співвіднесеність психоаналізу з філософією, культурою, релігією, мистецтвом. Але й дотепер не аналізувалася психоаналітична методологія дослідження релігійного досвіду.

Метою статті є дослідження теоретичної основи релігійного досвіду, яка була обґрунтована класичним психоаналізом, та її подальша розробка у методології пост-класичного психоаналізу.

Основна частина

Світ людини завжди просякнутий свідомістю. Її світ – це осмислення, значущість фактів та явищ, діяльність. У самій формі подій світу для людини відкриті форми її участі в житті світу. Розрив між обставинами і вчинками є мінімальним, так що люд-